

## BAB II

### PROFIL PELAKU BISNIS THAI TEA

#### A. Perkembangan Thai Tea di Indonesia

##### 1. Pengertian Thai Tea

Thai Tea, adalah minuman teh yang khas dan berasal dari Thailand, dikenal kira-kira sejak kurun waktu 1980-an.<sup>35</sup> Minuman ini, dari beberapa sumber yang penulis dapatkan, merupakan varian teh yang banyak digemari di Thailand. Meskipun berasal dari suatu daerah tertentu, seperti yang penulis sebutkan, Thai Tea kini dikenal sampai ke mancanegara termasuk Indonesia. Teh ini di Thailand dikenal sebagai Thailan Es Teh atau *cha yen* (Thai: ชาเย็น, [tɕʰaː.jɛn])<sup>36</sup> yang bermakna “mendengarkan”. Teh ini pada mulanya berbahan dasar teh Cha Yen yang dikembangkan dan disalurkan oleh pedagang dari China. Namun karena bahan dasar tersebut mahal, akhirnya digantikan menggunakan teh Ceylon. Variates teh ini digolongkan dengan sebutan fenomenal teh hitam.

Dalam pembuatannya, bahan dasar didukung dengan tambahan pewarna, air limau, adas bintang, biji asam, dan beberapa rempah-rempah pilihan. Tidak hanya berhenti di situ, teh dengan model jenis Thai Tea ini pun ditambahkan serta pemanis

<sup>35</sup> Fatimah, Sejarah Thai Tea yang Jarang Diketahui Hingga Beragam Manfaatnya bagi Kesehatan, <https://aceh.tribunnews.com/2018/09/16/sejarah-thai-tea-yang-jarang-diketahui-hingga-beragam-manfaatnya-bagi-kesehatan> diakses tanggal 14 Oktober 2019, pukul 21.09

<sup>36</sup> Alexandra, *Thai Tea, Thailand Fact*, <https://alexandravanny03.wordpress.com/2014/11/13/thai-tea-thailand-fact/> diakses tanggal 14 Oktober 2019, pukul 21. 27

gula, susu kental, dan biasanya dapat disajikan baik dingin ataupun panas. Standar pembuatannya adalah dengan mencampurkan keseluruhan bahan yang ada untuk dituangkan ke dalam teh yang telah diletakkan pada sebuah wadah dan kemudian pada bagian atasnya dibubuhi semacam krim secara rata dan digunakan pada setiap sajian minuman modern saat ini.

## 2. Kehadiran dan Perkembangan Thai Tea di Indonesia

Tak banyak yang mengetahui secara persis muncul dan hadirnya minuman Thai Tea ini di Indonesia. Bahkan, hingga kini, sepanjang penelusuran penulis, belum ada kajian diskursif dan ilmiah untuk mendudukan Thai Tea sebagai sebuah kajian. Dari beberapa penelusuran yang penulis dapatkan, Thai Tea mulai dikenal oleh beberapa masyarakat Indonesia sejak tahun 2012.

Meskipun tidak begitu kentara terlihat, hal ini bisa dilihat dari sebaran impor teh yang masuk ke Indonesia. Iriana, pengolah data di Kementerian Pertanian,<sup>37</sup> memaparkan bila terdapat permintaan impor yang melonjak dengan sangat tinggi dari tahun 2007 ke 2018. Permintaan impor tersebut dikalkulasi sebanyak 8000 ton teh pada tahun 2007 dan dengan tanpa diduga naik 100.000 ton di tahun 2018. Perubahan ini disinyalir Iriana merupakan dampak besarnya dari menjamurnya bisnis minuman Thai Tea di tanah air.

<sup>37</sup> Herdi Alif Al Hikam, *Duh, RI Kebanjiran Teh Impor dari Thailand*, <https://finance.detik.com/industri/d-4466002/duh-ri-kebanjiran-teh-impor-dari-thailand> diakses tanggal 14 Oktober 2019, pukul 21. 24

Ada banyak pola atau kecenderungan yang peneliti dapatkan dari banyak serta menjamurnya bisnis minuman Thai Tea ini. Tentu, dengan sekian banyaknya pebisnis yang bergelut dengan Thai Tea ini, makan banyak pula varian atau inovasi yang berkembang di dalamnya. Kecenderungan yang sangat memungkinkan adalah karena Thai Tea itu sendiri memiliki rasa yang akrab dengan lidah masyarakat Indonesia. Sehingga dengannya, dapat diterima dan mudah menyebar dengan kurun waktu yang sangat cepat. Apalagi, pola konsumsi masyarakat Indonesia selalu tertarik dengan hal-hal yang memiliki nuansa baru.

Thai Tea pada dasarnya memiliki kesamaan rasa dengan beberapa minuman yang telah ada di Indonesia sebelumnya. Sebut saja beberapa minuman seperti Teh Tarik, Teh Susu, dan Milo. Dua minuman pertama yang penulis sebutkan memiliki kesamaan bahan dasar yang sama dengan Thai Tea, yakni terdiri dari teh dan susu, namun tentu tidak banyak tambahan racikan lainnya seperti yang terdapat pada bumbu racikan Thai Tea. Untuk minuman yang penulis sebut belakangan, memiliki kesamaan rasa dengan Thai Tea karena adanya sisi krim di dalamnya. Dengan beberapa contoh minuman yang penulis sebutkan, menjadi sangat pantas pada akhirnya bila faktor kesamaan rasa minuman dan faktor 'akrab' di lidah menjadi salah satu indikator merebaknya minuman Thai Tea akhir-akhir ini.

Dari sejak perkembangannya, bisnis apapun yang sukses tentu memiliki cabang yang tersebar ke beberapa daerah di Indonesia. Salah satu sistem dari persebaran

cabang tersebut adalah dengan menggunakan *franchise*.<sup>38</sup> suatu sistem bisnis yang menjual sebuah nama ataupun sistem dari suatu bisnis yang ada. Termasuk dalam bisnis Thai Tea ini tak luput dari cengkeraman sistem *franchise*.

Salah satu pelaku usaha Thai Tea yang tergolong besar di Indonesia adalah Bayu Harry. Ia memiliki usaha Thai Tea dengan nama usaha Lulla Thai Tea yang ia dirikan dan kembangkan sejak tahun 2016. Sejak awal tahun ini, Lulla Thai Tea telah memiliki cabang 40 gerai yang tersebar di Jabodetabek, Bandung, Yogyakarta, Makassar, Manado, dan Medan. Sistem kerja sama yang Bayu gunakan adalah berbasis kemitraan dengan pembiayaan 15 juta. Sejumlah uang tersebut menjadi pembiayaan awal dan akhir seorang mitra, tanpa biaya bulanan, namun hanya diprasyarkan untuk membeli bahan baku dari pemilik Lulla Thai Tea. Dari modal yang ditentukan tersebut, seorang mitra mendapatkan kontrak kerja sama selama lima tahun dengan tambahan mendapatkan satu unit *booth*, peralatan usaha lengkap, promosi, sistem kasir, pelatihan karyawan, kemasan dan bahan baku awal sebanyak 120 *cups*. Dengan penawaran ini, rerata omzet yang bisa didapat dari setiap bulannya sejumlah 12 juta dengan jumlah penjualan 40-70 gelas setiap harinya. Lebih dari itu, beberapa tawaran *franchise* lainnya sangat banyak di Indonesia, seperti Dum-Dum, Royal Thai Tea dan Kako Thai Tea.<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Ellen Chandra Econ, "Pahami Dulu Cara Menentukan Franchise Fee dan Royalty Fee", <https://www.finansialku.com/franchise-fee/> diakses tanggal 13 Oktober 2019, pukul 21.57

<sup>39</sup> Indotrading, "Asal Muasal Maraknya Bisnis Minuman Thai Tea di Indonesia", <https://news.indotrading.com/asal-muasal-maraknya-bisnis-minuman-thai-tea-di-indonesia/> diakses pada 14 Oktober 2019, pukul 11. 39

## **B. Profil Singkat Subyek Penelitian**

### **a) Pemilik Bim Bim Thai Tea**

Dalam konteks Bim Bim Thai Tea ini, pelaku usaha bagi penulis memiliki kepekaan terhadap lingkungan sekitarnya. Terbukti dengan lokasi yang dipilih untuk mengembangkan usaha Thai Tea yang memang mencoba menghindari benturan antar pelaku usaha yang serupa. Pemilik usaha ini adalah Bima Restu Putra dan lokasinya berada di Dusun Kasongan RT. 48, RW 24, Desa Banjar Arum, Kulonprogo. Di dusun ini belum begitu banyak bahkan belum ada pelaku usaha yang memosisikan Thai Tea sebagai pilihannya.

Bima, nama panggilan, memulai usaha Thai Tea dengan nama Bim Bim Thai Tea ini sejak awal tahun 2019. Ia semula memilih Thai Tea sebagai bidang usahanya karena, baginya, waktu itu usaha ini tergolong sangat digemari oleh masyarakat, terutama pemuda, dan di desa tempat ia tinggal masih belum ada usaha yang sama.

Bim Bim Thai Tea memiliki tujuan yang menjadi pedoman pemilik yaitu “Mewujudkan tempat menikmati Thai Tea yang nyaman dan santai” agar konsumen memiliki keinginan kembali lagi menikmati Thai Tea di Bim Bim Thai Tea. Pemilik Bim Bim Thai Tea juga ingin mengutamakan kualitas pelayanan dan rasa yang disajikan agar konsumen tetap bertahan dan menjadi pelanggan setia.

**Gambar 2.1 : Gerai Bim Bim Thai Tea**



Sumber: Dokumentasi pribadi pemilik Thai Tea, 2019

Harga yang ditawarkan oleh Bim Bim Thai Tea sangat terjangkau. Di Bim Bim Thai Tea juga tidak hanya menyediakan minuman Thai Tea saja, namun ada Es Tape Ketan, Wedang Uwuh. Menu tambahannya pun ada makanan ringan seperti Kentang Goreng, Tempura dan Sosis. Konsumen Bim Bim Thai Tea ini rata-rata anak muda dan suka nongkrong dulu, maka dari itu dengan adanya menu makanan ringan ini sangat sesuai dengan keinginan konsumen yang tidak hanya menikmati minuman namun juga menikmati makanan ringan dan ngobrol santai. Berikut merupakan gambar daftar menu Bim Bim Thai Tea.

**Gambar 2.2: Daftar Menu Bim Bim Thai Tea**



The image shows a menu for Bim Bim Thai Tea. On the left is a yellow vertical banner with the Bim Bim logo at the top, the word 'MENU' in large black letters, a cartoon character holding a drink, and the Instagram handle '@BIMBIMTHAITEA23' at the bottom. To the right of the banner are four tables listing items and prices.

THAI TEA	
ORIGINAL	8K
GREENTEA	9K
COKLAT	10K
OREO	10K
COFFEE	10K
MOCHACCINO	9K
CAPPUCCINO	9K
VANILLA	9K
TIRAMISU	9K

TOPPING	
NATA DE COCO	2K
OREO	2K
BUBBLE	2K
CHOCOCHIPS	2K

OTHER DRINKS	
ES TAPE KETAN	4K
WEDANG UWUH	7K

MAKANAN	
KENTANG GORENG	5K
TEMPURA	6K
SOSIS	4K

Sumber: Dokumentasi pribadi pemilik Thai Tea, 2019

Penggemar Thai Tea biasanya mempunyai rasa favorit yang sering dibeli. Misalnya, seperti di Bim Bim Thai Tea ini ada menu *best seller* atau yang paling sering dibeli yaitu rasa coklat dan original.

**Gambar 2.3: Produk *Best Seller* Bim Bim Thai Tea**



Sumber: Dokumentasi pribadi pemilik Thai Tea, 2019

## 2. Pemilik Muaytea Thai Tea

Muaytea dibuka pada tanggal 5 Januari 2018. Nama pemilik usaha ini adalah Fachruriza dan mempunyai dua karyawan. Usaha ini awalnya berupa gerai di pinggir jalan, lalu setelah 3 bulan pindah tak jauh dari lokasi sebelumnya dan sekarang menggunakan kios. Produk yang dijual pada umumnya sama dengan Thai Tea lainnya, misal seperti rasa original, greentea, dan kopi, namun Muaytea menambahkan rasa baru yang membuat ciri khas tersendiri seperti rasa Yakult, Beng-beng dan Oreo. Rasa baru Thai Tea tersebut jarang kita temui di gerai lainnya. *Cup* yang disajikan pada Muaytea juga ada variannya seperti *small* atau *large*. Muaytea mempunyai 2 karyawan yang sistem kerjanya *shift*. *Shift* pertama dari jam 10.00-16.00, *shift* kedua jam 14.00-20.00.

Muaytea juga memiliki keinginan untuk terus berinovasi agar konsumen tidak mudah bosan dengan produk yang disajikan. Muaytea juga berusaha menjadi Thai Tea yang lebih baik secara kualitas dan memiliki harapan agar bisa terus berkembang dengan usaha Thai Tea ini. Lokasi usaha ini berada di Gedongan Sumberagung Moyudan Sleman.



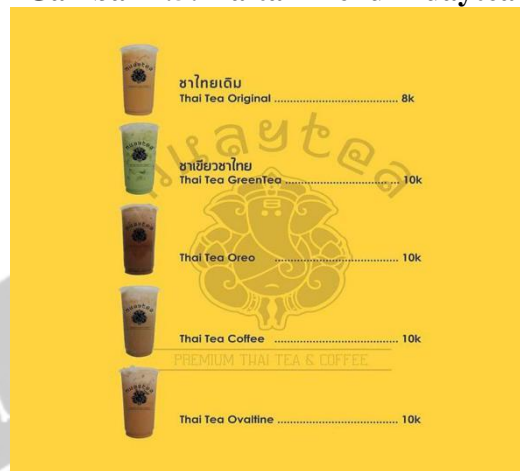
**Gambar 2.4: Gerai MuayteaThai Tea**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2019

Menu yang ditawarkan oleh Muaytea Thai Tea ini sedikit berbeda karena ada variasi rasa baru. Rasa yang mungkin sedikit beda dengan Thai Tea pada umumnya, di Muayteaini ada rasa Oreo, dan Ovaltine. Ada juga rasa baru yang belum ditulis di daftar menu yaitu rasa Red Velvet. Red Velvet di Muaytea menjadi minuman yang sering dibeli oleh konsumen. Harga yang ditawarkan pun sangat terjangkau karena mulai dari harga 8.000,00 hingga 10.000,00. Berikut merupakan daftar menu Muaytea.

**Gambar 2.5: Daftar Menu Muaytea**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2019

Dari sekian banyak menu yang ditawarkan, rasa Red Velvet ini menjadi menu andalan di Muaytea. Minuman favorit ini yang sering diminati konsumen karena rasa dan tampilannya yang cukup berbeda dengan Thai Tea pada umumnya.

**Gambar 2.6: Produk *Best Seller* Muaytea**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2019

### 3. Thaiteaque

Bisnis usaha Thai Tea yang dirintis oleh Dian Fresesa ini merupakan usaha yang dia bangun sendiri. Thaiteaque nama *outlet*-nya. Pada pertengahan Juli 2019 Dian membuka usaha tersebut dan berlokasi di pinggir jalan raya Pasar Ngijon Sumberagung Moyudan Sleman. Awalnya Dian menyewa tempat tersebut karena merupakan halaman rumah warga. Setelah 2 bulan Thaiteaque ini berjalan dan sangat ramai pembeli, tiba-tiba harus tutup dikarenakan sudah tidak bisa menyewa/memperpanjang sewa tempat. Hingga minggu ini Thaiteque sementara masih *off* dan mencari lahan lagi. Pemilik usaha ini juga mempunyai harapan agar menjadikan Thai Tea sebagai minuman anak muda yang tidak mudah bosan karena berbagai varian rasa baru.

### 4. Choky Thai Tea

Berbeda dengan pemilik usaha Thai Tea sebelum-sebelumnya, pelaku usaha yang menggunakan Choky sebagai nama usahanya ini justru dari awal tidak memiliki rencana dan pandangan untuk merintis usaha minuman Thai Tea. Bermula dari keinginan untuk merintis suatu usaha, Eka Nurhidayati (32 tahun), tertarik pada suatu gerai atau kios yang terletak di sekitar kampus sebab sisi strategisnya dalam sudut pandang pemasarannya yang dimungkinkan dapat memantik ramainya pembeli, apapun bentuk usahanya.

Ketertarikannya tersebut membuahkan hasil karena penyewa kios yang dimaksud hendak melakukan “oper kontrak” atas usaha penjualan netbook yang tengah dilanda

beberapa persoalan yang menyebabkan suatu kebangkrutan. Peluang ini tak dibiarkan begitu saja dan dengan tanpa memakan terlalu banyak waktu, Eka langsung menyanggupi sebagai pengganti sewa selama tiga tahun dari total sewa lima tahun. Setelah mendapatkan hak sewa atas kios, Eka kemudian mencari-cari peluang usaha yang sangat memungkinkan ia jalani. Untuk pertama sekali ia memiliki rencana menysar suatu *franchise* Fremilt, namun gagal karena pihak yang bersangkutan tidak sedang membuka lowongan kerja sama.

Pada dasarnya, Choky pun, dengan sistem *franchise* yang serupa, tidak sedang membuka lowongan kerja sama. Namun, karena usaha dan kegigihannya meyakinkan pihak Choky, akhirnya rencana berjalan sebagaimana yang ia inginkan, tawaran kerjasama melalui sistem *franchise* tersebut pun diterima. Hingga kini, usaha Thai Tea dengan nama Choky yang digeluti oleh Eka telah berjalan satu tahun sejak kesepakatan kontrak pertama dimulai. Adapun jumlah modal yang ia gelontorkan untuk mendapatkan label *franchise* dari Choky adalah 15 juta dengan kompensasi mendapatkan kontainer (seperti di gambar 7) teko, kompor, galon, tempat air, dan beberapa peralatan lainnya.

Adapun sistem *franchise* usaha Choky ini tidak dibolehkannya suatu cabang yang telah bekerja sama untuk mendirikan semacam anak cabang secara independen dengan tanpa persetujuan, kesepakatan, dan sistem yang telah ditetapkan. Jadi, jika suatu cabang yang dimaksud hendak mengembangkan usahanya dengan mendirikan anak cabang, maka sistemnya adalah sama saja dengan hendak mendirikan suatu cabang usaha yang sama. Dengan pola kerja sama yang seperti ini, Eka secara eksplisit

menjelaskan dirinya merasa kesulitan dalam pengembangan usahanya. Namun, di sisi yang berbeda, sistem tersebut baginya, sebagai pelaku usaha yang tergolong pemula dalam bidang Thai Tea ini, tidaklah menjadi suatu persoalan yang signifikan.

**Gambar 2.7: Gerai Choky Thai Tea**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2019

Menu yang disajikan di Choky Thai Tea mungkin sedikit berbeda karena di Thai Tea kali ini ada menu Thai Tea Cheese dan banyak sekali *toping* yang ditawarkan misal seperti ekstra Cheese Cream, Choco Chips dan Gelato. Berikut merupakan gambar daftar menu Choky Thai Tea.

**Gambar 2.8: Daftar Menu Choky Thai Tea**



DRINKS	
<b>CHOCOLATE</b> CHEESE CHOCOLATE 13K CHOCO ORIGINAL 8K CHOCO OREO 9K	
<b>COFFEE</b> CHEESE COFFEE 13K AMERICANO 8K CAPPUCCINO 9K LATTE 9K MOCHACCINO 11K OREO LATTE 11K	
<b>THAI TEA</b> CHEESE THAI TEA 11K CHEESE GREEN TEA 13K MILKY THAI TEA 9K MILKY GREEN TEA 10K THAI TEA CHOCOLATE 13K	

START FROM 8K

EXTRA CHEESE CREAM 5K  
 EXTRA CHOCO CIPS 3K  
 EXTRA GELATO 6K

Sumber: Dokumentasi Pribadi Pemilik Thai Tea, 2019

Dari banyak menu yang ditawarkan ada dua yang paling sering dibeli oleh konsumen yaitu rasa Thai Tea Original Cheese dan Coklat Cheese.

**Gambar 2.9: Produk *Best Seller* Choky Thai Tea**



Sumber: Dokumentasi Pribadi Pemilik Thai Tea, 2019

Choky Thai Tea juga memiliki slogan yaitu ingin mengenalkan produk Choky lebih luas dan memberikan pelayanan pada konsumen sesuai keinginan konsumen agar bisa datang kembali dan menjadi pelanggan setia. Lokasi Usaha ini berada di lingkungan Stikes Unisa, Jalan Ringroad Barat, Mlangi Nogotirto, Gamping, Yogyakarta.

